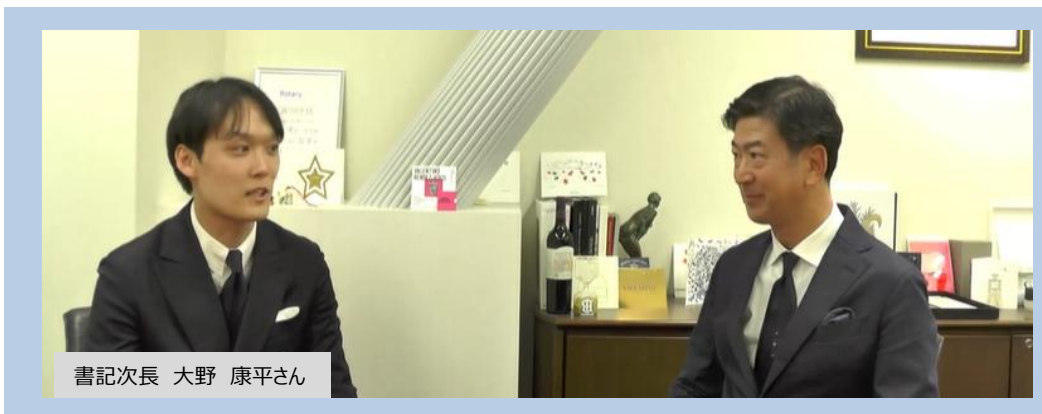




従業員が感じる「現状（今）」と会社の「将来像（未来）」を繋ぐ場とする

11月テーマ

「2024年度上期黒字達成の要因」について



書記次長 大野 康平さん

上期黒字達成の要因を教えてください

「ビジネスモデル改革」に取り組み、「収支構造改革」でお金の掛け方を変え、過去数十年で上期最高額の黒字を達成。

6,536百万の利益から6,237百万の経費を使い、299百万円の黒字、前年差625百万円の大きな利益を作る事が出来ました。

- ①百貨店店舗売上②百貨店店舗以外の売上(EC・取り寄せ)③百貨店事業以外の収入

特に、百貨店店舗以外の売上で150%、百貨店事業以外の収入が304%になり、かつてない黒字額を達成した要因です。

経費については人件費が92%物流費と光熱費も総務部の知恵と工夫により90%をきる形で減らす事が出来ています。

売上が104%に増えているのに、これだけ減らしていることが素晴らしいと考えます。

結果、収入が109%、経費が98%、約3億円の黒字です。

24年度上期の構造

社外秘

	見込み	予算比	前年比
売上高	28,661	103.3%	104.0%
差益額	6,050	103.3%	104.6%
(差益率)	21.11%	100.1%	100.6%
その他営業収入/支出	487	108.6%	214.7%
売上総利益	6,536	103.7%	108.6%
販売管理費	6,237	99.0%	98.4%
人件費	1,711	100.3%	92.5%
物流費	210	101.0%	88.6%
光熱費	312	82.5%	87.8%
その他	4,004	99.0%	102.1%
営業利益	299	-	-

①営業政策、外商、商品、販売の営業メンバーが店頭売上で前年比105%の60億を稼ぐ

②人事総務経営企画等の後方スタッフ、出向者がその他収益で前年比200%の5億を稼ぐ

③各部署でコスト削減を意識して働き前年98%で抑える

一人ひとりが黒字化に貢献

売上を上げる為にプロ知識を高めた

CRM精度向上に向け研究した

経費を下げる為の工夫をした

倉庫、事務所の利用面積を縮小し、賃貸化した

少人数に耐えて頑張った

おもてなし力を活かしコンタクトセンターを立ち上げた

出向して外貨を稼いだ

新しいMD提案を行った

残業をしない工夫をした

毎日最高の笑顔を作った

今後、さらに黒字額を拡大するためには、土地資産を活用した不動産収入はほぼ天井にきています。経費削減も限界はあり、むしろ攻めの投資(宣伝・人材投資)のタイミングだと考えています。

【具体的に何をしていけばいいのか】

①「第二の成長エンジンをつくりだす」▶我々が持っている資産(暖簾・不動産・人材・顧客)、様々なスキルを自分たちで整理をする

プロ化が必要で、どプロのスキルは資産になります。それを環境の変化(政治・経済・社会・技術)と掛け合わ

せると、今までと違う大きなビジネスになるかもしれません。ビジネスとはお客様、世の為になると言う事です。今も、接客対応力×デジタル化でコンタクトセンターなどの第二のエンジンが出来ています。

②「マスから個」の戦略を愚直に取り組み主戦場の店頭で勝ち切る▶一人ひとりが日々の業務の中で小さな工夫・挑戦・お客様への

愛情や感動を提供することで小売りで勝ち切る事が出来ると考えています。

【番外編】マスから個のビジネスモデルについて

大野さん： 過去2～3年は「マス」のお客様ではなく、「個客」に注力する戦略と捉えていましたが、今回から「マス」を起点に「個客」へアプローチをする戦略に変更した認識でよろしいですか？

神林さん： カンブリア宮殿で細谷CEOからも説明がありました。注力する対象を「マス」から「個」へ変えていくのではなく「マス」にアプローチして「個客化」していくと話していました。

顧客だけにターゲットを絞ると新しいお客様を取り込むのは難しいです。

「マス」にアプローチをし、集客を行い、札幌丸井三越のファンになってもらいます。

「マス顧客」を識別化し、「個客」へ変換していく戦略にシフトしています。

【番外編】挑戦について

大野さん： 下期朝礼でおっしゃっていた、「挑戦」について質問です。2024年度は上期に黒字を達成し、いい流れが出来ています。2024年度の業績目標達成へ、一人ひとり目標を持ち、挑戦が必要だと考えています。メンバーを巻き込み目標達成するために必要な事を教えて下さい。

神林さん： LVMHグループとケリンググループの代表とそれぞれお会いした際、どちらの方も同じことを話されていました。「細部に魂が宿る」という話です。

以前LVMHグループ代表のアルノーさんが化粧品売場の口紅を照らしているピンライトを動かしました。

私は「何故アルノーさん自らピンライトを動かしたのか？」確認すると、アルノーさんは、「ほんのわずかなこ
とが大事」と話していました。

わずかな努力と工夫で商品の見え方は変わります。商品をたたみ直す、POPを直す等、細かな工夫を行
い札幌丸井三越にいい流れがきます。細かな積み重ねが大事だと考えています。

動画はこちら



感想・今後取り上げて欲しいテーマなど
アンケートはこちら



Isetan Mitsukoshi Group
Labor Union

三越伊勢丹グループ労働組合

発行所：三越伊勢丹グループ労働組合
北海道統括支部 札幌丸井三越支部
外線：(011)205-2525 内線：22525
発行人：木村 正男